

特別講演

「ベトナムのインターネット業界と市場成長について」

Doan Duc Tien 氏

VTM 株式会社 取締役、営業、マーケティング担当副社長、VTM-Asset Management 株式会社 代表取締役社長、VTM インターネット広告株式会社 代表取締役社長

2016年8月講演

1 日本でインターネット広告の仕事を経験して帰国

私は2001年に文部科学省の奨学金を得て、日本に国費留学をしました。東京のサイバーエージェントに就職していろいろな仕事を経験しましたが、自分が得た知識を生かしてベトナム社会に貢献したいとの思いから、2010年に帰国しました。VTM という会社を創業し、現在はインターネット広告の仕事をしています。

ベトナムのマクロ経済ですが、この10年間で GDP は毎年6%くらい成長しています。インフレ率も高く、2008年には20%近かったのですが、預金の金利も実質的に20%という考えられないような高さでした。ベトナムの不動産市場が最も盛り上がったときでもあり、当時は午前中に買ったマンションを午後売ったら利益が出たほどです。

私が国費留学生として日本に留学した頃は、ベトナムのトップの大学にトップクラスの成績で入学した学生しか留学できませんでした。しかし、2005～2010年の不動産バブルの時期になると、私費で日本に留学する学生も増えました。不動産を売却して得たお金を、留学の費用に充てることができたからです。

2 ベトナムのインターネット広告は、5年間で15倍に

日本のインターネット広告の市場は1兆2000億円くらいで、最大のインターネット広告会社であるサイバーエージェントの売上高が2500億円くらいです。それに対して、ベトナムのインターネット広告は3種類しかありません。一つは Web サイト、国内の企業のホームページです。それから Google と Facebook です。Google と Facebook が広告媒体として大きく成長してきました。

2010年には、インターネット広告の中でベトナムのメディアが80%のシェアを持っており、Google と Facebook で20%でした。それが2015年には75%になり、この二つが

ベトナムのインターネットのユーザーを完全に獲得したといえるでしょう。

こうなった理由は、ベトナム国内で Web サイトの制作やシステムを運営するノウハウや経験、資金が足りないからです。私も2009年頃にはサイバーエージェント・ベンチャーズという投資ファンドにいて、ベトナムの企業を調査したり、ベンチャーキャピタルとしてベトナム企業に投資をしていました。その際にベトナムの企業から、技術と資本が足りない、あるのは「やる気」だけとよく言われました。

広告主の上位50社をみると、トップはサムスンで、日本のホンダが3位です。ホンダはベトナムのバイクの約7割のシェアを占めており、ヤマハが2割です。車のほうはトヨタがトップですが、最近は韓国のキアとヒュンダイが低価格の車を出し、たくさん走っています。

世界の広告業界をみると、インターネット広告は広告全体の24%を占めており、トップはテレビの44%です。これに対してベトナムでは、インターネット広告はまだ8%しかなく、テレビ広告が圧倒的です。ただ、最近は若者を中心にスマートフォンが普及しています。ベトナムでは、1カ月分の給料を使って高価なスマートフォンを購入するという習慣があります。

ベトナムでは、Facebook を使っている1日の平均時間が2.5時間で、これは世界一だそうです。インターネットユーザーの9割がFacebook を使っていることから、ベトナムのインターネット広告市場は今後大きく成長していくと思っています。

ベトナムのインターネット人口が約4000万人で、インターネット広告の市場規模は400億円です。しかし、日本は8000万人のインターネット人口に対して1兆2000億円であり、大きな差があります。私はその可能性に注目し、自分が持っているノウハウをベトナムの企業に提供したいとの思いから、いまの会社を創立しました。

ベトナムにおけるインターネット広告は、年間50%の急成長をしています。2010年には25億円だったものが2015年には380億円となり、5年間で15倍になっています。1000億円が目前です。

3 知識とノウハウと能力で差別化できる業界

当社はインターネット広告代理店業務を行っており、Google、Facebook および各メディアの代理店です。ベトナムの企業の Web サイトを制作し、そこでインターネット広告の効率的な配信をサポートしています。2010年に創業し、毎年100人ずつ採用して、現在は500人体制です。ベトナムには40万~50万の企業がありますが、従業員が500人以上の企業は1万5000社、つまり上位3%になります。契約しているお客様は4万社に上ります。

売り上げは毎年2倍くらいの成長を続け、5年間で33倍になりました。2015年1月1日から、ベトナムおよび発展途上国の代理店100社がプレミアムパートナーに認定されましたが、当社はベトナムで認定された5社のうちの一つです。ベトナム全体の経済成長率は6.8%ですが、インターネット広告市場の成長率は毎年50%に上ります。当社は、特に2014~2015年にかけて500%の成長を遂げました。

当社では、社員総会や忘年会を行います。私は日本のビジネスのやりかたを学んで、大変役立っています。特にインターネット業界は変化が早いので、自分たちがどこに注目し、どのように展開していくかが大事なポイントです。日本のマーケットは競争相手が多く、しかもみんな強敵ですが、ベトナムではまだ競争相手が少ないのでやりやすい面もあります。

インターネット広告の業界と、例えば不動産業界を比べてみました。インターネット広告のビジネスは、知識やノウハウに基づいて成果を出し、お客様に納得していただきます。しかし不動産のビジネスは、政府との関係やいろいろなお金のやりとりなどが必要で、ちょっと手が出ません。われわれは、知識とノウハウと能力を活用して差別化できる業界に絞って、ビジネスを展開しています。

質疑応答

A： 御社の人材の募集や教育の内容についてお話しただけですでしょうか。また、外国人の採用については、どのようにお考えでしょうか。

Tien： 現在、当社には2人の日本人が働いています。インターネット広告の最適化では、やはり日本が最高の技術を持っている人材が多い。そこで、大口のお客様の案件でベトナム人のエンジニアが分からない部分を担当しています。そうすると、詳しく分析して見え

る化してくれます。

A： それはどのように採用して、待遇はどうなっていますでしょうか。

Tien： 日本のインターネット広告の企業と当社がパートナー契約を結んでおり、そこから出向という形になっています。

私を含めた3人の創立メンバーは、いずれも国費留学生として日本の奨学金を得て留学した経験があります。ベトナムに帰国し、最初は日本企業向けのシステム開発をしていましたが、この国のために役立ちたいと思ってベトナム企業向けにシフトしました。そのため、日本とのつながりがほとんどなくなってしまったので、日本に留学したい人を支援する「Go to Japan」という留学支援事業を2年前に始めました。毎年100人ほど、日本へ送っています。

われわれはかつて日本に留学し、日本の文化や考え方が頭の中に入っているのので、将来は、同じように日本に留学経験のある人材が当社のマネジメントクラスとして入ってほしいと思っています。実際に、1回目の留学に行った学生が日本の大学を卒業し、帰国して当社に入ってくれました。

B： インターネット広告を見た人は、その次にeコマースで購入し、代金を決済し、商品が配達される、その一連の流れについて、ベトナムはどういう状況でしょうか。

Tien： 日本で出されているレポートでは、ベトナムでeコマースはまだ早い、なぜなら決済や配送のシステムが整備されていないからと書かれています。しかし、実際は違います。既に3年くらい前から、代引きで購入する方法が一般的になっています。ベトナムでは、カード決済はあまり利用しません。配送は国営や民間の企業が手がけており、最大手の会社は1日に1万件の荷物を扱います。これは、日本でも大規模なレベルです。1日に500~1000件なら、普通の配送業者が扱っています。

C： 御社は急成長していて、取引先は4万社というお話でした。ベトナムの企業数が40万~50万社ということは、既に10%くらいに達しているわけで、サーチレート（飽和）するのが近いような印象も受けますが、成長戦略をお聞かせいただけますでしょうか。

Tien： これからも売上げを伸ばしたいわけですが、大手の優良顧客については顧客単価を上げようと考えています。インターネット広告は、成果を上げれば予算が増えます。現在、1日に数百万円の広告費をいただいているお客様もあります。Web制作は1回つくる

と5万円、ドメイン取得は年間で数千円です。しかし、インターネット広告は1カ月で100万円の売り上げも可能です。

D： 日本のやり方がいいというお話が冒頭にありましたが、それは日本なのか、実際にお仕事をなさったサイ

バーエージェントのやり方なのか、どうお考えでしょうか。

Tien： 私が日本で勤めたのはサイバーエージェントだけなので、それが日本やりかただという認識だけです。経験が浅いので、申し訳ありません。